

KAJIAN TENTANG EKSISTENSI PETANI BUAH NAGA DIKECAMATAN GENTENG KABUPATEN BANYUWANGI

Vichi Prastya Budi Ananta

S1 Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya
vichiananta@gmail.com

Dr. Wiwik Sri Utami

Dosen Pembimbing Mahasiswa

Abstrak

Kecamatan Genteng merupakan wilayah penghasil buah naga di Kabupaten Banyuwangi. Petani di Kecamatan Genteng dari tahun 2013-2018 mengalami peningkatan, sedangkan untuk strategi pemasaran petani masih rendah sehingga menyebabkan harga buah naga rendah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik dan strategi pemasaran petani buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi supaya tetap eksis pada saat panen raya buah naga..

Jenis penelitian ini deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi dan subjek penelitian ini adalah petani buah naga di Kecamatan Genteng. Sampel petani buah naga yang didapat di Kecamatan Genteng berjumlah 80 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan cara wawancara dengan pedoman kuesioner kepada petani buah naga dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan berupa kesimpulan dengan analisa deskriptif dan persentase (%).

Hasil penelitian ini adalah petani buah naga dari tingkat pendidikan menempuh di tingkat SD sebanyak 30 orang atau 37,5%. Pekerjaan petani buah naga seluruhnya adalah pekerjaan sampingan. Pengalaman bertani petani buah naga paling banyak 4 – 5 tahun sebanyak 69 orang atau 86,25%. Modal yang didapat seluruhnya milik sendiri. Strategi pemasaran petani buah naga di Kecamatan Genteng melalui agen atau tidak langsung diambil oleh pedagang dan konsumen. Jangkauan pemasaran buah naga Kecamatan Genteng paling banyak di luar Kabupaten satu Provinsi. Promosi petani menggunakan media SMS. Peran pemerintah dengan petani di Kecamatan Genteng seluruhnya mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah. Petani buah naga seluruhnya menjawab pembayaran lunas dalam menentukan harga jual buah naga.

Kata Kunci : *Eksistensi, Petani Buah Naga, Pemasaran, Pekerjaan Sampingan*

Abstract

Genteng District is a producing region of dragon fruit in Banyuwangi Regency. Farmers in Genteng sub-district from 2013-2018 experienced an increase, while farmers' marketing strategies were still low, causing low dragon fruit prices. The purpose of this study was to determine the characteristics of farmers and the ways of dragon fruit farmers when marketing dragon fruit products in Genteng District, Banyuwangi Regency.

This type of research is descriptive with a quantitative approach. The research location was in Genteng District, Banyuwangi Regency and the subject of this research was dragon fruit farmers in Genteng District. Samples of dragon fruit farmers obtained in the Genteng District numbered 80 people. Data collection techniques used interviews with questionnaire guidelines to dragon fruit farmers and documentation. Data analysis techniques used in the form of conclusions with descriptive analysis and percentage (%).

The results of this study are dragon fruit farmers from the level of education taking elementary school level as many as 30 people or 37.5%. The work of dragon fruit farmers is all a side job. The experience of farming dragon fruit farmers is at most 4 - 5 years as many as 69 people or 86.25%. The capital obtained is entirely his own. Marketing strategies for dragon fruit farmers in Genteng District through agents or not directly taken by traders and consumers. The reach of marketing of dragon fruit in the Genteng Subdistrict is mostly outside of the Regency of one Province. Promotion of farmers using SMS media. The role of the government with farmers in the Genteng Subdistrict all follows training conducted by the government. Determine the overall selling price of dragon fruit farmers answering payment in full.

Keywords: *Existence, Dragon Fruit Farmers, Marketing, Side Work*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya menggantungkan hidup dari hasil pertanian. Pertanian merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian rakyat karena luasnya lahan pertanian Indonesia. Misi penting dari sektor pertanian adalah menghasilkan pangan yang cukup dan berkualitas bagi seluruh penduduk. Pencapaian dalam hal ini akan memberi sumbangan yang besar kepada pembangunan nasional (Djamali, 2000: 2).

Sektor pertanian Indonesia terdiri dari sektor tanaman hortikultura. Hortikultura merupakan bagian dari pertanian yang memfokuskan peranan budidaya pada jenis tanaman buah, sayuran, obat-obatan, dan bunga. Petani di Kabupaten Banyuwangi kebanyakan membudidayakan buah naga yang kerap menjadi barometer perkembangan hortikultura di skala nasional, sehingga masyarakat memanfaatkan buah naga sebagai sumber pendapatan petani buah naga di Kabupaten Banyuwangi, hal ini menjadikan buah naga menjadi prospek yang menjanjikan untuk memberikan keuntungan yang tinggi untuk para petani buah naga di Kabupaten Banyuwangi.

Permasalahan buah naga banyak dijumpai di Banyuwangi, salah satunya Kecamatan Genteng, sehingga dengan makin banyaknya penanaman buah naga yang membuat alih fungsi lahan mulai dari padi hingga buah naga yang semakin luas mengancam produktivitas padi semakin menurun, saat panen raya buah naga, hasil panen yang melimpah ruah menyebabkan harga buah naga turun. Turunnya harga buah naga secara drastis, membuat petani semakin mengerutkan dahi.

Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi dijadikan pusat budidaya buah naga dikarenakan kondisi lahan di Kecamatan Genteng sangat bagus untuk budidaya buah naga. Petani buah naga di Kecamatan Genteng semakin resah karena pada saat panen raya harga buah naga turun. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian mengenai cara pemasaran buah naga saat panen raya, sehingga petani buah naga memperoleh keuntungan, maka dilakukan penelitian dengan judul “KAJIAN TENTANG EKSISTENSI PETANI BUAH NAGA DI KECAMATAN GENTENG KABUPATEN BANYUWANGI”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik dan strategi pemasaran petani buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi supaya tetap eksis pada saat panen raya buah naga.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian survey dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Masri Singarimbun (2008:8) survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data berdasarkan sampel. Teknik penentuan lokasi penelitian dilakukan secara Purposive berarti bahwa lokasi penelitian ditentukan sendiri oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi dengan memilih petani buah naga sebagai objek penelitian.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data hasil wawancara mendalam, data sekunder adalah data masyarakat yang diperoleh dari data yang mendukung yang berasal dari instansi terkait, yaitu data produksi tanaman buah naga dari kantor Dinas Pertanian Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, dan sumber kepustakaan lain yang terkait dengan kebutuhan penelitian ini. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi sehingga dapat mudah dipahami dan hasil penemuan dapat di informasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2010:334). Teknik analisis ini teknik analisis data deskriptif kuantitatif dengan persentase.

HASIL PENELITIAN

1. Karakteristik Petani Buah Naga di Kecamatan Genteng

a. Tingkat Pendidikan

Hasil penelitian di lapangan tingkat pendidikan petani buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, disajikan pada tabel 1 berikut:

Tabel 1 Tingkat Pendidikan Petani Buah Naga di Kecamatan Genteng

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi				Total	%
		Kembiritan	Genteng	Kaligondoh	Setail		
1	SD kelas 1,2,3,4,5,6	24	0	4	2	30	37,5
2	SMP kelas 7,8,9	11	0	1	0	12	15
3	SMA kelas 10,11,12	19	3	4	1	27	33,75
4	Sarjana	7	1	2	1	11	13,75
Jumlah		61	4	11		80	100

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2019

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebanyak 30 responden kategori tingkat pendidikan dasar, dan 27 responden tingkat pendidikan SMA. Secara keseluruhan tingkat pendidikan berada pada kategori sedang.

Hasil penelitian di lapangan untuk tingkat pendidikan petani buah naga dapat diukur melalui kategori tingkat pendidikan tambahan petani di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, disajikan pada tabel 2 berikut

Tabel 2 Partisipasi Petani Buah Naga dalam Pendidikan Tambahan di Kecamatan Genteng

No	Pendidikan Tambahan	Frekuensi					Total	%
		Kemahiran	Genteng	Kali gondoh	Setail			
1	Pelatihan/ Penyuluhan	53	3	8	3	67	83,75	
2	Belajar dengan orang lain	8	1	3	1	13	16,25	
Jumlah		61	4	11	4	80	100	

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2019

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebanyak 67 responden kategori mengikuti pendidikan tambahan pelatihan, dan 13 responden mengikuti pendidikan tambahan belajar dengan orang lain.

b. Pekerjaan

Hasil penelitian di lapangan tingkat pekerjaan petani buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, disajikan pada tabel 3 berikut

Tabel 3 Pekerjaan Petani Buah Naga di Kecamatan Genteng

No	Status Pekerjaan	Frekuensi					Total	%
		Kemahiran	Genteng	Kali gondoh	Setail			
1	Utama	7	0	2	0	9	11,25	
2	Sampingan	54	4	9	4	71	88,75	
Jumlah		61	4	11		80	100	

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2019

Tabel 3 menunjukkan bahwa pekerjaan petani buah naga dari 80 responden sebanyak 71 responden sebagai pekerja sampingan.

c. Pengalaman Bertani

Hasil penelitian di lapangan tingkat pengalaman bertani buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, disajikan pada tabel 4 berikut

Tabel 4 Pengalaman Bertani Petani Buah Naga di Kecamatan Genteng

No	Pengalaman (Tahun)	Frekuensi				Total	%
		Kemahiran	Genteng	Kaligondoh	Setail		
1	0-1	1	0	1	1	3	3,75
2	2-3	5	0	0	0	5	6,25
3	4-5	53	4	9	3	69	86,25
4	>5	2	0	1	0	3	3,75
Jumlah		61	4	11	4	80	100

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2019

Tabel 4 menunjukkan paling banyak pengalaman bertani buah naga di Kecamatan Genteng sebanyak 69 responden pengalaman 4-5 tahun.

Hasil penelitian di lapangan untuk tingkat pengalaman bertani buah naga dapat diukur melalui kategori tingkat pengetahuan bertani petani di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, disajikan pada tabel 5 berikut

Tabel 5 Pengetahuan Bertani Petani Buah Naga di Kecamatan Genteng

No	Pengalaman Bertani	Frekuensi					Total	%
		Kemahiran	Genteng	Kaligondoh	Setail			
1	Pelatihan Dari Petani Lain	41	3	9	3	56	70	
2	Pelatihan Dari Petani Lain	20	1	2	1	24	30	
Jumlah		61	4	11	4	80	100	

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2019

Tabel 5 menunjukkan paling banyak pengetahuan bertani buah naga di Kecamatan Genteng sebanyak 56 responden pengetahuan dari pelatihan.

d. Modal

Hasil penelitian di lapangan mengenai modal yang diperoleh petani buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, disajikan pada tabel 6 berikut

Tabel 6 Modal Petani Buah Naga di Kecamatan Genteng

No	Modal Didapat	Frekuensi					Total	%
		Kemahiran	Genteng	Kali gondoh	Setail			
1	Milik Sendiri	61	4	11	4	80	100	
Jumlah		61	4	11	4	80	100	

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2019

Tabel 6 menunjukkan keseluruhan dari 80 responden petani buah naga dalam modal bertani buah naga, modal yang didapat sebanyak 80 responden milik sendiri.

Hasil penelitian di lapangan untuk modal yang digunakan petani per-hektar di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, disajikan pada tabel 7 berikut

Tabel 7 Berapa Modal Petani Buah Naga di Kecamatan Genteng

No	Berapa Modal	Frekuensi				Total	%
		Kembiritan	Genteng	Kaligondoh	Setail		
1	0-1 ha (0-1.000.000)	53	3	10	3	69	86,25
2	2-3 ha (2.000.000-3.000.000)	8	1	1	1	11	13,75
Jumlah		61	4	11	4	80	100

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2019

Tabel 7 menunjukkan modal petani dari 80 responden petani buah naga, 0-1 ha (0-1000.000) sebanyak 69 responden petani buah naga.

2. Strategi Pemasaran Petani Buah Naga di Kecamatan Banyuwangi

a. Pemasaran Barang

Strategi pemasaran buah naga, dapat di lihat dengan cara petani memasarkan hasil buah naga diambil oleh pedagang dan konsumen serta di distribusikan ke pedagang dan konsumen, disajikan pada tabel 8 berikut

Tabel 8 Cara Pemasaran Petani Buah Naga di Kecamatan Genteng

No	Cara Pemasaran	Pemasaran	Petani	%
1	Diambil oleh pedagang dan konsumen	Melalui agen	70	87,5
2	Didistribusikan kepedagang dan konsumen	Melalui agen dan langsung	10	12,5
Jumlah			80	100

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2019

Tabel 8 menunjukkan bahwa kebanyakan cara memasarkan yang dilakukan petani buah naga dengan cara memasarkan melalui agen atau diambil pedagang dan konsumen sebanyak 70 responden, hal ini efektif dalam meningkatkan pendapatan petani buah naga.

b. Jangkauan Pemasaran

Strategi pemasaran petani buah naga salah satunya dengan adanya jangkauan pemasaran yang dapat dilihat dari tabel 9 berikut:

Tabel 9 Jangkauan Pemasaran Buah Naga di Kecamatan Genteng

No	Jangkauan Pemasaran	Petani	%
1	Luar Kecamatan dalam Satu Kabupaten	16	20
2	Luar Kabupaten Satu Provinsi	34	42,5
3	Luar Pulau	30	37,5
Jumlah		80	100

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2019

Tabel 9 menunjukkan bahwa jangkauan pemasaran buah naga di Kecamatan Genteng paling banyak di luar Kabupaten satu Provinsi sebanyak 34 responden.

Hasil penelitian di lapangan tingkat jangkauan pemasaran buah naga di Kecamatan

Genteng Kabupaten Banyuwangi, disajikan dari tabel 10 berikut

Tabel 10 Daerah Jangkauan Pemasaran Buah Naga di Kecamatan Genteng

No	Luas Daerah	Daerah Jangkauan Pemasaran
1	Dalam Kecamatan	Desa : Kembiritan, Kaligondoh, Genteng
2	Luar Kecamatan dalam Satu Kabupaten	Kecamatan : Kec Genteng, Kec Kalibaru, Kec Jajag
3	Luar Kabupaten Satu Provinsi	Kota : Probolinggo, Pasuruan, Sidoarjo, Surabaya, Malang, Blitar
4	Luar Pulau	Pulau : Bali

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2019

Tabel 10 menunjukkan bahwa daerah jangkauan pemasaran buah naga di Kecamatan Genteng paling banyak di luar Kabupaten satu Provinsi yaitu Kota Probolinggo, Pasuruan, Sidoarjo, Surabaya, Malang, Blitar.

c. Komunikasi dan Kerjasama Petani dengan Pembeli

Strategi pemasaran dalam menanggulangi penurunan pendapatan petani salah satunya dengan kerjasama petani dengan pembeli yang dapat di lihat dari tabel 11 berikut

Tabel 11 Komunikasi dan Kerjasama Petani dengan Pembeli

No	Media	Petani	%	Bentuk Kerjasama	Petani	%
1	Mendatangi langsung	24	30			
2	Melalui orang lain	5	6,25	Kerjasama dengan 2 pembeli	34	42,5
3	SMS	51	63,75	Kerjasama dengan 3 pembeli	46	57,5
Jumlah		80	100	Jumlah	80	100

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2019

Tabel 11 menunjukkan bahwa komunikasi dan kerjasama petani dengan pembeli, petani menggunakan cara SMS sebanyak 51 responden dan kerjasama petani dengan tiga pembeli sebanyak 46 responden, yang membuat petani lebih mudah menjual buah naga.

d. Peran Pemerintah dengan Petani Buah naga

Strategi pemasaran petani buah naga salah satunya dengan mengetahui peran pemerintah terhadap petani buah naga, menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan pemerintah terhadap petani buah naga dengan cara mendirikan pelatihan atau binaan sebanyak 80 responden (100%) petani buah naga.

e. Perilaku Petani dalam Menentukan Harga Jual Buah Naga

Strategi petani buah naga dalam menaggulangi pada saat panen raya harga buah naga turun salah satunya dengan mengetahui perilaku petani dalam menentukan harga jual buah naga yang dapat dilihat dari tabel 12 berikut

Tabel 12 Perilaku Petani dalam Menentukan Harga Jual Buah Naga di Kecamatan Genteng

No	Informasi Harga	Petani	%
1	Dari Petani lain	18	22,5
2	Dari Pengepul	52	65
3	Dari Pedagang	10	12,5
Jumlah		80	100

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2019

Tabel 12 menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan petani buah naga kebanyakan mendapat informasi harga buah naga dari pengepul sebanyak 52 responden.

Hasil penelitian di lapangan untuk perilaku petani dalam menentukan harga jual buah naga dapat diukur melalui kategori bentuk pembayaran buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, menunjukkan bahwa bentuk pembayaran buah naga pada saat panen raya, dari 80 responden petani buah naga di Kecamatan Genteng keseluruhan (100%) menggunakan pembayaran lunas (tunai).

PEMBAHASAN.

1. Karakteristik Petani Buah Naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi

Data yang di peroleh dengan teknik wawancara, dokumentasi, serta observasi lapangan yang kemudian di olah dengan metode analisis deskriptif kuantitatif dan juga prosentase maka dapat di peroleh hasil tentang penelitian ini bahwa adanya karakteristik petani buah naga dan strategi pemasaran petani buah naga yang menyebabkan bertahannya petani atau eksistensi petani buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi meskipun pada saat panen raya buah naga harga buah naga menjadi sangat turun drastis hingga saat ini, berikut ini eksistensi petani buah naga dan strategi pemasaran petani buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi berikut diantaranya yaitu pendidikan, umur, pekerjaan, pengalaman bertani, modal bertani, dan strateginya meliputi pemasaran barang, jangkauan pemasaran, promosi, peran pemerintah dengan petani, dan perilaku petani dalam menentukan menentukan harga jual.

Karakteristik petani dapat diukur melalui beberapa variabel, salah satunya yaitu variabel jenis pendidikan. Menurut UU Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 pasal 3 pendidikan diselenggarakan melalui jalur pendidikan sekolah (pendidikan formal) dan jalur pendidikan luar sekolah (pendidikan non formal). Petani buah naga di Kecamatan Genteng untuk pendidikan formal sebanyak 30 responden atau 37,5% berada pada tingkat pendidikan sekolah dasar (SD), sedangkan untuk pendidikan non formal sebanyak 67 responden atau sebanyak 83,75% memilih untuk ikut pelatihan atau penyuluhan, guna menambah pengetahuan petani dalam bertani buah naga seperti pemilihan bibit unggul, cara menanam yang baik, pemilihan pupuk untuk

menyuburkan tanah, dan pemilihan buah naga yang baik.

Karakteristik petani buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, dapat diukur juga melalui variabel status pekerjaan. Petani buah naga secara keseluruhan memilih bertani buah naga sebagai pekerjaan sampingan, sebesar 71 responden atau 88,75% petani menjawab bahwa bertani buah naga bukan pekerjaan utama masyarakat genteng, setelah bekerja dibidang pokok masyarakat genteng lebih memilih bertani buah naga daripada melakukan pekerjaan lain. Teori ini sejalan dengan penelitian As'ad pada hakikatnya orang bekerja, tidak saja untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, tetapi juga bertujuan untuk mencapai taraf hidup yang lebih baik (As'ad, 2002:46).

Pengalaman bertani juga sebagai variabel pengukur dalam karakteristik petani buah naga. Menurut hukum (*law of exercise*) dalam Mustaqim (2004: 50) diungkapkan bahwa dalam *law of exercise* atau *the law disuse* (hukum penggunaan) dinyatakan bahwa "Hubungan antara stimulus dan respon akan bertambah kuat atau erat bila sering digunakan (*use*)", pengalaman bertani buah naga di Kecamatan Genteng, hampir semua petani menekuni pertanian buah naga 4 – 5 tahun sebanyak 69 responden, sehingga para petani di Kecamatan Genteng sudah paham mengenai buah naga. Pengetahuan petani buah naga diperoleh melalui pelatihan atau *workshop* sebanyak 56 responden. Pelatihan ini dilakukan agar para petani tidak mengalami kerugian saat bertani dan mengetahui cara pemasaran yang baik untuk mendistribusikan hasil panennya ke konsumen.

Variabel terakhir untuk mengukur karakteristik petani buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi yaitu mengenai modal, modal ini digunakan para petani buah naga untuk keperluan penanaman buah naga. Secara keseluruhan modal petani buah naga diperoleh dari modal pribadi atau modal milik sendiri, sebanyak 80 responden dilapangan, menggunakan modal pribadi untuk pembelian bibit dan perawatan buah naga, sedangkan besar modal yang digunakan untuk penanaman buah naga yaitu berkisar 0-1 ha dengan biaya perawatan sebesar 1.000.000, sedangkan untuk luas tanah 2-3 ha diperlukan biaya sampai 2.000.000-3.000.000.

2. Strategi Pemasaran Petani Buah Naga

Strategi pemasaran adalah perangkat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar. (Daryanto, 2011:20), dalam strategi pemasaran petani buah naga meliputi pemasaran barang, jangkauan pemasaran, daerah pemasaran, promosi, komunikasi dan kerjasama petani dengan pembeli, peran

pemerintah dengan petani, dan perilaku petani dalam menentukan harga jual.

Penelitian ini untuk strategi pemasaran hasil buah naga kebanyakan diambil oleh pedagang dan konsumen, pada saat panen raya hasil buah naga di Kecamatan Genteng dipasarkan melalui pemasaran tidak langsung yaitu melalui tengkulak dan melalui pedagang sebanyak 70 responden atau 87,5% dari keseluruhan petani buah naga di Kecamatan Genteng, sedangkan untuk alat angkut yang biasanya digunakan untuk memasarkan buah naga yaitu dengan mobil, hal ini dipilih sebagai transportasi yang efektif untuk mengirimkan hasil panen buah naga untuk ke wilayah lain di luar Kabupaten Banyuwangi.

Jangkauan pemasaran hasil panen buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi secara keseluruhan dipasarkan di luar Kabupaten Banyuwangi yang masih dalam satu provinsi seperti halnya ke Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Probolinggo dan wilayah Jawa Timur sekitarnya. Hal ini dikarenakan harga buah naga yang dipasarkan ke wilayah lain akan lebih mahal daripada harga yang ditentukan oleh para petani buah di Kabupaten Banyuwangi.

Komunikasi dan kerjasama petani dengan pembeli dalam penelitian ini meliputi bagaimana komunikasi petani buah naga dengan pembeli saat waktu panen, bentuk komunikasi yang sering digunakan para petani buah naga untuk memasarkan hasil panennya ketengkulak yaitu melalui via SMS. Petani melakukan untuk mengantisipasi harga yang turun saat panen raya. Para petani akan membuat kesepakatan dengan para tengkulak buah naga mengenai harga per kilo buah naga yang akan dibeli.

Peran pemerintah di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi kurang efektif dalam menanggapi hasil panen buah naga di Kecamatan genteng yang membuat para petani buah naga pada waktu panen raya mengeluh karena harga turun drastis, serta Pemerintah tidak dapat menjamin kestabilan harga buah naga.

Perilaku petani dalam menentukan harga dalam penelitian ini meliputi darimana petani mendapatkan informasi harga buah naga, paling banyak petani buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi mendapatkan informasi harga buah naga dari pengepul, membuat petani buah naga tidak menunggu hasil buah naganya.

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Karakteristik petani buah naga Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi. Variabel tersebut meliputi : pendidikan petani buah naga membuat petani buah naga memiliki pengetahuan tentang menanam tanaman buah naga, disamping itu dalam pekerjaan petani buah naga termasuk dalam pekerjaan sampingan dimana untuk mendapat hasil tambahan dalam mencukupi kebutuhan, petani buah naga di Kecamatan Genteng sebagian besar dari 80 responden menekuni bidang pertanian buah naga sudah 4 – 5 tahun.

Strategi pemasaran petani buah naga di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi pemasaran buah naga yang dilakukan oleh petani buah naga melalui agen atau dilakukan dengan pemasaran tidak langsung, dimana pada saat panen raya buah naga diambil oleh pedagang dan konsumen yang membuat petani buah naga tidak kerepotan saat panen sehingga tinggal menunggu untuk dipanen oleh orang lain, untuk jangkauan pemasaran buah naga Kecamatan Genteng sudah merambah ke seluruh Kabupaten serta sampai di luar Jawa. Promosi digunakan supaya lebih mudah bagi petani untuk mendapatkan pelanggan yang mau membeli hasil panen buah naganya dengan tatap muka.

B. SARAN

1. Petani buah naga harus lebih kreatif dalam mengolah hasil buah naganya agar pada saat panen raya harga turun drastis, petani tetap bisa mendapatkan keuntungan yang besar seperti adanya kegiatan produksi pengolahan buah naga dibuat jajanan.
2. Petani buah naga seharusnya membentuk koperasi, sehingga dapat membantu permodalan dan dapat menampung pemasaran agar tidak jatuh ke tangan tengkulak saja sehingga hasil dari panen buah naga yang diperoleh dapat maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- As'ad, Mohammad.2002.Psikologi Industri : Seri Ilmu Sumber Daya Manusia. Edisi keempat. Yogyakarta: Liberty.
- Daryanto.2011.Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa.

- Djamali, Abdoel.2000.*Manajemen Usahatani*. Jember :
Departemen Pendidikan Nasional, Politeknik
Pertanian Negeri Jember, Jurusan Manajemen
Agribisnis.
- Mustaqim.2004. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta:
Pustaka Pelajar.
- Singarimbun, Masri.2008.Metode Penelitian Survei.
Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta
- Sugiyono.2010.*Metode Penelitian Pendidikan
Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*.
Bandung: Alfabeta
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 3
Mengenai Pendidikan Indonesia.

